id Nouvelles









▶**ÉDITORIAL** | Bertrand Derome

L'innovation et le développement de produits : une priorité à renforcer au Québec

Deux études publiées ce printemps confirment l'importance de poursuivre les efforts pour amener nos entreprises à prioriser le développement de produits dans leurs stratégies de développement. Alors que le Québec accuse toujours...



▶**INSPIRATION** | Benoît Poulin

Innover au-delà du produit fini, le cas de Sani Marc

Pour une entreprise manufacturière, l'innovation ne doit pas se limiter aux produits finis. En fait, votre client achète non seulement le produit en tant qu'objet mais tout ce qui vient avec tel que l'emballage, le manuel d'utilisation, le plan d'assemblage, le service après-vente, etc.



▶**CRÉATIVITÉ** | Natalie Blouin

Moi créatif ? Mais voyons donc!

Penser « en dehors de la boîte », sortir des sentiers battus et du « prêt-à-penser » populaire, être une machine à idées… Si vous croyez que cela est réservé à quelques élus plus doués que la moyenne et dotés d'un talent très particulier, détrompez-vous. La pensée créative se cultive, se développe et s'entraîne.



▶**INITIATIVE** | Vincent Collet

L'écoconception, une démarche polymorphe

L'Institut de développement de produits, en collaboration avec le Pôle Éco-conception et Management de Cycle de vie, a réalisé sa première mission éco-innovation en Europe. C'est le 12 avril dernier que les représentants de trois entreprises québécoises, Magnus inc, Philips Lumec et Thomas & Betts se sont envolés...



▶**HABILETÉ** | Sylvie-Nuria Noguer

Le rôle d'influence du responsable de projet R-D

Dans un environnement complexe et en évolution constante, la capacité d'innovation d'une entreprise est un des facteurs clés de succès de sa performance globale. Et pour innover, il ne suffit pas seulement d'être créatif. Le processus d'innovation requiert d'abord le soutien de la direction et la mobilisation des collaborateurs.



▶**SEMINAIRE** | Benoit Poulin

L'innovation de rupture, comment y arriver !

Lorsqu'on y parvient, l'innovation de rupture (breakthrough innovation) est généralement le fruit d'un travail méthodique et organisé. Qu'elle soit issue d'une nouvelle technologie ou d'un besoin non-comblé sur un marché, l'innovation de rupture, plus risquée pour l'entreprise, nécessite un effort multidisciplinaire...

À LIRE

- ▶The Innovation Expedition: A Visual Toolkit to Start Innovation. Gijs van Wulfen
- ▶Creative Confidence: Unleashing the Creative Potential within Us All David Kelley et Tom Kelley

EN VITRINE



LA MACHINE
Vélo urbain québécois conçu pour résister aux agressions du climat, aux voleurs et à un usage intensif.

RÉSEAU

- ▶Novae - remise des Prix de l'Entreprise citoyenne

À L'AGENDA

- ▶27 au 29 mai 2014 Conférence C2MTL
- ▶28 et 29 mai 2014 Séminaire Cooper: Breakthrough New Products
- ▶5 et 19 juin 2014 Devenez plus efficace en développement de produits : rencontres 4 et 5
- ▶9, 16 et 17 juin 2014 Être chef de produits : formation complète
- ▶9 juin 2014 Mobiliser ses ressources en développement de produits : Rencontre 5
- ▶10 juin 2014 Conférence: Devenir un meilleur acteur de changement en développement durable
- ▶18 juin 2014 Webinaire: les 9 facteurs de succès de l'innovation et du développement de produits

Partenaires financiers





Partenaire corporatif

